

mercadoindustrial.biz
punto de encuentro de la industria

Nº 11 - Revista de información multisectorial para la industria con novedades en maquinaria, logística, tecnología y servicios.

LA INDUSTRIA Y LA MADERA

Entrevista:

Tomás Rubio, presidente de Feim.

Opinión:

Modelos de planificación forestal orientados a la producción y logística, por **Fernando del Pozo**, director de Inea.

Además:

Aidima, Fedemco, Alfaland Sistemas y García Baquero,Conmasa y ET Systems. Mediamarkt y Christian Salvesen, Galea, IXnet y ADN-Soft, Bitmakers y APC, Grup Marítim TCB, SIL 2007, Cevisma, Graphispag, Globalgeo, Ecocity, Ferroforma-Bricoforma, Grupo Geodis, Nice y Toolsgroup.









Todas nuestras actividades
de Logística y Distribución
están certificadas ISO 9001 : 2000



Ofrecemos una amplia gama de
servicios aéreos y marítimos, incluyendo
el transporte de productos perecederos y la
gestión de aduanas en almacenes ADT propios





Oferta Global de Servicios

www.geodis.es

- Red internacional actuando en más de 120 países
- Operador líder en la organización de la logística para las empresas industriales y de distribución
- Relación de confianza: un servicio eficaz y seguro asociando track and trace, pruebas de entrega on line y soluciones de integración de sistemas con clientes
- Oferta exclusiva multi servicios:
distribución nacional y europea, cargas completas, aéreo y marítimo, aduanas, servicios logísticos

Geodis Iberia, S.A.

Avenida de Europa, 9
C. T. Coslada
28820 Coslada (Madrid)
Tfno.: +34 91 660 42 00
Fax: +34 91 660 42 75



GEODIS



mercadoindustrial.biz
punto de encuentro de la industria

Editorial

¡¡Más madera!!

Damos, esta vez, una oportunidad a la madera y su industria para que nos enseñen algo más de lo que vemos a simple vista.

Es un sector consolidado por la historia. La carpintería, la cara visible de mismo, es un oficio noble que, combinando arte y técnica, ha aportado ingeniosas soluciones para hacer barcos, casas, muebles, juguetes...., para dar respuesta a las necesidades de la humanidad.

La madera fue arrinconada por el tercer cerdito -ya saben el cuento- que apostó por el ladrillo. No obstante sigue teniendo la clave del futuro gracias a la planificación inteligente de sus procesos productivos y la apuesta de la sociedad por recuperar el valor de la misma por sus múltiples propiedades y sus innumerables usos, entre ellos la decoración y la calidad de vida.

El asunto de la madera no es poca cosa. Ingentes cantidades de árboles se talan sin control, por algunas industrias madereras sin escrúpulos para su comercio internacional y masivo, pero cada vez les cuesta más porque los consumidores somos conscientes gracias al trabajo de oenegés ecologistas, valientes productoras de documentales televisivos y, ahora muy de moda, por la clase política concienciada. Tanto es así que el reciclaje de la madera se ha convertido en un gran motor que ha creado mucho empleo.

Hay empresas, organizaciones y entidades serias que se dedican a dar nobleza a este oficio tan antiguo y al que debemos tanto. La madera, incluso transformada en tablones aglomerados, tiene algo que nos une con la naturaleza.

Por ello lamentamos que en estas páginas sólo demos unas pinceladas (es una revista con las limitaciones de una pequeña editorial) pero volveremos, más adelante y si a bien lo tienen, a este tema, porque la madera y su industria dan para escribir mucho.

Arriba

China, que protegerá la propiedad privada por ley con el beneplácito de la Asamblea Nacional Popular (ANP).

Google, que ha abierto servicio de correo electrónico Gmail.

El acuerdo-objetivo de los miembros de la UE para la obtención del 20% de la energía de fuentes renovables en el 2020.

Abajo

No todo vale en publicidad. Poco "glamour" y mucha “bajeza” en el mundo de la moda. Se pierde en poco tiempo lo que se tarda en conseguir.

La demanda legítima de Argelia de una revisión del precio del gas. Era previsible.

El aeropuerto de Barcelona debe recuperar el status que le corresponde en el espacio aéreo Español sin dilación.

Tomás Rubio, presidente de FEIM -Federación Española de Industrias de la Madera.



"Se observan indicios de que el mercado de la vivienda nueva ha comenzado, no a contraerse, sino a normalizarse"

¿Qué es y qué representa FEIM en el sector español de la industria de la madera?

FEIM nació de la voluntad de aunar la representación de los fabricantes de puertas de madera y de carpintería industrializada de madera, con el fin de aumentar su relevancia y poder así participar en aquellas decisiones que les afectan, como por ejemplo la negociación de convenios colectivos a nivel nacional en el sector.

Pilotada con gran acierto durante diez años por el presidente saliente, Jaime Ribas, la Federación ha sumado en esta década de trabajo nueve asociaciones más.

FEIM (Federación Española de Industrias de la Madera) es, por tanto, una organización empresarial que nació con el objetivo de aglutinar a aquellas Asociaciones Empresariales cuyas empresas emplean la madera como materia prima principal en la producción de sus fabricados. Ligada a las industrias de primera y segunda transformación de la madera, acoge en la actualidad a 11 Asociaciones Empresariales. En conjunto, asiste a casi 200 empresas pequeñas, grandes y medianas repartidas por toda España, y dedicadas a sectores diversos como la fabricación de puertas, ventanas, carpintería industrializada de madera, casas de madera, tableros, parquet, paletas, embalaje industrial, traviesas de madera, así como la fabricación, diseño y montaje de estructuras de madera laminada.

El volumen de facturación de los sectores representados en FEIM asciende aproximadamente a 3.000 millones de euros, que generan alrededor de 25.000 puestos de trabajo directo. Los objetivos de FEIM, por tanto, son representar, defender y promocionar los intereses económicos, sociales y laborales de las empresas que componen las Asociaciones federadas, sin que éstas pierdan su propia identidad, eliminando duplicidades y aprovechando sinergias.



¿Cuáles son sus principales y urgentes objetivos como nuevo Presidente de FEIM?

Insisto: la prioridad es consolidar lo conseguido. A continuación, la vocación de FEIM es tratar de sumar más empresas en sus Asociaciones, y la de integrar nuevos colectivos afines a la madera en la Federación. Asimismo, hay que fomentar la exportación, mejorar la formación profesional, fomentar el uso de productos de madera en construcción, decoración, etc. Por supuesto, el eje de la actividad de FEIM consiste en detectar, mediante el diálogo y la participación de todos, las inquietudes y necesidades de los distintos subsectores y sus empresas, para tratar de canalizarlas hacia aquellas instituciones que puedan colaborar en su resolución, para el bien de todo el sector.

Personalmente, tengo el deseo de dignificar y potenciar al máximo nuestro sector.

Como Vicepresidente del Comité Ejecutivo de CONFEMADERA, ¿se puede ratificar el acercamiento y entendimiento de la patronal nacional con FEIM?

En efecto, en los últimos meses FEIM está interviniendo, en el seno de CONFEMADERA, en las reuniones para la negociación del III Convenio

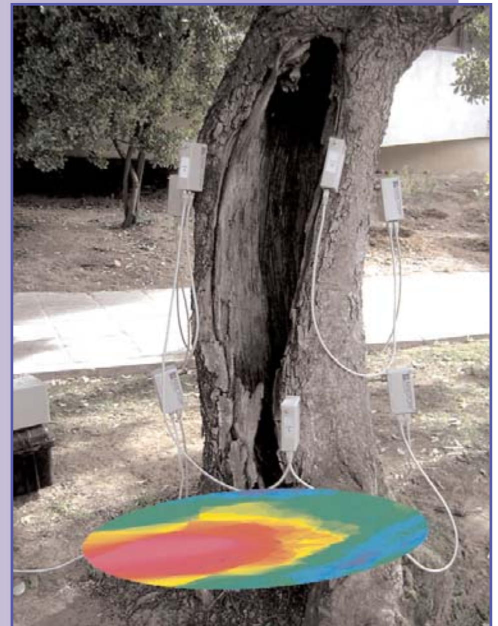
Nacional de la Madera. Colaborando con la patronal del sector, existen numerosas vías para potenciar FEIM. Entendemos que la Federación Española de Industrias de la Madera está justa y dignamente representada en los órganos ejecutivos de CONFEMADERA y, sin duda, estamos dispuestos a cooperar y trabajar por el objetivo común de la promoción de la madera y todos los productos fabricados con este material.

¿Qué panorama se dibuja en el futuro del sector español de la industria de la madera?

Atravesamos un momento que parece boyante pero que, en mi opinión, es delicado. Empiezan a aparecer, en diferentes subsectores de la madera como la puerta, o el parquet, productos fabricados en terceros países, principalmente en el Este de Europa y Sudeste Asiático. Entretanto, mientras las empresas españolas soportamos y tratamos de cumplir una reglamentación estricta y rigurosa a niveles medioambiental y de homologaciones, y también padecemos la enorme rigidez de nuestro mercado de trabajo, nuestros nuevos competidores entran en el mercado español sin tener que soportar esos gastos y dificultades, sin que nadie les exija homologaciones de calidad, o el cumplimiento de las distintas normativas que se nos exigen o de las que nos hemos dotado los fabricantes nacionales, para poder comercializar nuestros productos en nuestro mercado, con las máximas garantías.

Por ejemplo, a corto plazo, y motivado por la exigente normativa medioambiental, todos tendremos que emplear en el acabado de nuestros productos barnices al agua, lo que conllevará grandes inversiones en la adecuación y/o sustitución de líneas de producción; todo el sector es consciente y se preocupa de reciclar sus restos de madera y de gestionar sus residuos, de acuerdo con la normativa, con los elevados costes que conlleva. Las empresas que integramos FEIM no criticamos que afloren estas regulaciones; estamos a favor de preservar

El Instituto Tecnológico del Mueble, Madera, Embalaje y Afines (AIDIMA) ha completado un sistema integrado de análisis del estado interno de la madera mediante tomografía computerizada.



El sistema integrado permite un análisis exacto del estado de la madera sin realizar catas agresivas. Está compuesto por herramientas de inyección y recepción de impulsos electromagnéticos, o por ultrasonidos, y un ordenador que ofrece una imagen en capas tridimensionales de la estructura interior, tanto del tronco de árboles vivos, como en elementos de construcción de madera.

Los resultados obtenidos son inmediatos al disponer de múltiples sensores que se acoplan a la pieza de madera y rebotan la señal ultrasónica emitida por la fuente, dibujando un mapa que posibilita establecer los módulos de elasticidad y de flexión estática o ruptura ante determinada fuerza.

La tomografía computerizada que finalmente se obtiene aporta una serie de datos que son introducidos en una aplicación informática que evalúa las probabilidades y riesgos de quiebros y desgarros

Otras aplicaciones de este sistema se refieren al análisis de la madera utilizada en nueva construcción, de madera histórica para su restauración -vigas, artesonado, esculturas, etcétera- y en el control de plagas biológicas, entre otras.

El departamento de tecnología y biotecnología de la madera de AIDIMA cuenta con dos laboratorios (Entomología y Microbiología) y una completa xiloteca con más de 1.000 especies de madera.

www.aidima.es

Cualquier sector de gran consumo cuenta con empresas o marcas con una línea de envasado en estuchería de madera, ya sea de forma habitual o en promociones puntuales. El más relevante es alimentación y bebidas: vino, cavas, licores, aceites vinagres, turrones, confitería, chocolates, jamones, embutidos, quesos y lácteos, conservas, cafés e infusiones, así como el del tabaco. Los relacionados con el hedonismo, el cuidado personal, la salud o la belleza; perfumería, cosmética, herboristería, moda y complementos, relojería, joyería, etc. También recurren a la madera los sectores de bellas artes, papelería, material escolar, menaje, etc., así como algunos con un perfil más industrial, como el de herramientas de corte, precisión y calibrado o la cerámica.

La logística, en todos los sectores, recurre frecuentemente a palets y cajas de madera.

www.fedemco.com



y mejorar la calidad del entorno. Lo que produce estupor es que salgamos al mercado con nuestros productos y nos encontremos competidores a quienes no se les exige homologación o requisito alguno en la comercialización de los suyos.

¿Continuará tirando del sector la edificación de vivienda nueva?

Se observan indicios de que el mercado de la vivienda puede haber comenzado no a contraerse, sino a normalizarse, en línea a estabilizarse a medio plazo en alrededor de 600.000 viviendas nuevas anuales, ya que no es razonable pensar que el ritmo actual (alrededor de 900.000 viviendas realizadas en 2006) pueda mantenerse por mucho más tiempo.

No sabemos qué sucederá en un futuro próximo con un más que posible exceso de oferta y de capacidad de fabricación instalada para fabricar muchos productos de madera, (puertas, ventanas, parquets y tarimas, principalmente).

Hoy se está atendiendo, sin apenas demora, el suministro a un mercado de 900.000 viviendas nuevas/año, así como al mercado de reposición, gracias en gran parte a que los fabricantes españoles han acometido grandes inversiones e implantando incluso dobles turnos de trabajo.

Normalizado el mercado, evidentemente sobrarán oferta y/o personal asalariado, salvo que despegue la exportación, que es sin duda una de las grandes asignaturas pendientes del sector, para lo que se necesita coordinar esfuerzos a todos los niveles. Aquí organizaciones como FEIM juegan un papel clave para hacer llegar a la Administración estas necesidades que las empresas, por sí solas, no pueden acometer.

¿Puede ser la reposición de elementos de carpintería otra salida para la capacidad de oferta actual?

La clave para confiar en la reposición es el parque de vivienda antigua.

En países como Alemania o Francia que, con más habitantes que España, producen alrededor de 300.000 viviendas nuevas al año y que cuentan con un parque de más viviendas antiguas, el volumen del mercado de la reposición llega a ser casi tan importante como el de la vivienda nueva.

En España, con un parque estimado de 22 millones de viviendas, casi una cuarta parte de las mismas se han construido en los últimos diez o doce años. Se estima que alrededor de 3 millones de viviendas están vacías.

Por tanto, es lógico pensar que el mercado de reposición en España debe ser más reducido, referido porcentualmente a la vivienda nueva, que en dichos países, por lo que no parece razonable que una caída más o menos importante del mercado de vivienda nueva pudiera ser compensada con el mercado de reposición.

El nuevo Código Técnico de la Edificación (CTE) ¿beneficia o perjudica a la industria española de la madera?

El CTE se ha realizado sin consensuarlo, en profundidad, con todos los sectores que intervienen en la edificación. Ciertos requisitos, como la resistencia y reacción al fuego o el aislamiento acústico por ejemplo, obligarán a numerosos subsectores como el de la puerta o las casas de madera a modificar, incluso estructuralmente, muchos de sus fabricados. FEIM deberá acometer el encargo y la coordinación de estudios técnicos a



"La madera es un material que, bien cuidado, es eterno".

Universidades y Centros Tecnológicos para que, entre todos, logremos cumplir todos los requisitos que nos impone el CTE, a la mayor brevedad.

¿Augura Vd. a la madera, como material, un futuro halagüeño en los campos de la construcción, el interiorismo o el transporte?

La madera es un material que, bien cuidado, es eterno. Decorativamente es superior a cualquier producto sintético. Es reciclable y, como almacén de CO_2, imprescindible para el mantenimiento y mejora del medio ambiente.

Gestionado de forma responsable y sostenible, es inagotable, y su explotación, transformación e instalación requiere mucha menos energía que otros materiales alternativos.

www.feim.org



Tomás Rubio Fernández, presidente y director gerente de BARMOVI -Barnizados y Montajes Villacañas, S.A.-, empresa de referencia en el segmento de la puerta block en España es, desde 1998, Presidente de ASCIMA -Asociación Nacional de Fabricantes de Carpintería Industrializada de Madera- y era asimismo Vicepresidente de FEIM. Su principal objetivo como nuevo presidente de FEIM es consolidar lo conseguido, que es mucho, ya que la Federación agrupa hoy a 11 Asociaciones Empresariales Nacionales afines a la industria de la madera, así como ampliar el número de Asociaciones que la integran, para reforzar su nivel de representatividad en el sector, lo que sin duda le permitirá alcanzar los objetivos comunes que se marquen.

Ligado desde hace muchos años al mundo empresarial en distintos sectores, Tomás Rubio, fue recientemente nombrado Vicepresidente del Comité Ejecutivo de CONFEMADERA -Confederación Española de Empresas de la Madera-, integrada en CEOE.



Éxito colaborativo de Alfaland Sistemas y García Baquero.

Una de las señas de identidad de García Baquero es fabricar quesos (Tierno, semicurado, curado y añejo) de forma artesanal y con la última tecnología. De esta forma ha evolucionado de fabricar en sus inicios (1962) tres quesos al día hasta los 40.000 quesos actuales.

Su proceso de fabricación es único y supera las exigencias de la normativa sobre trazabilidad alimentaria: Recepción de leche diaria, tratamiento y confección genérica de cada unidad de queso. Inicio del proceso de curación con el almacenamiento en canastillas de plástico agrupadas en palets. En cada uno hay 20 cestillos de plástico para los quesos de formato grande y 24 cestillos para los quesos de 1 kilo. Aproximadamente 120 quesos en cada palet. García Baquero tiene capacidad para 16.000 palets en su fábrica de Alcazar de San Juan. La maduración del queso mantiene el concepto artesanal: Dar la vuelta al queso de forma rutinaria para que gane homogeneidad y mantenerlo en zonas de almacén con temperatura y humedad controladas. Primero en un secadero y después en una cámara con condiciones ambientales diferentes.

La gran producción diaria obligaba a buscar la última tecnología en identificación para esta peculiar operativa. Se intentó con el Código de Barras pero no cumplía las necesidades del fabricante, porque durante su proceso de fabricación los palets pasan por túneles de lavado con altas temperaturas y presiones elevadas que anulaban la durabilidad de este sistema de identificación. Por está razón confiaron en la RFID implantada por Alfaland Sistemas con una inversión de 110.000 euros. Ahora el fabricante de quesos controla la trazabilidad



unitaria desde que se ordeña a las vacas y las ovejas, hasta que se vende el producto en el comercio. En el almacén, García Baquero dispone de 10 carretillas, 6 elevadoras y 4 con doble pala para el volteo del palet y con terminal embarcado.

Alfaland Sistemas ha implantado un sistema mixto porque combina sistemas tradicionales de Radio Frecuencia para la gestión de quesos acabados (con lecturas de Códigos EAN 128) y RFID para el queso durante su maduración con TAG de baja frecuencia (136 KHz), fabricado por Texas Instruments, para matricula de palet completo. El TAG está protegido por una cápsula de cristal y silicona porque la durabilidad debe ser de 10 años. En concreto, se han implantado 20.000 tags. Una vez identificado cada uno de los palets con una matrícula única e irrepetible, la labor de controlar los movimientos se resuelve mediante un hardware y software que permite leer esos palets y gestionar sus movimientos. En concreto, Alfaland Sistemas implantó 10 terminales embarcados en carretilla LXE VX5 XP con pantalla táctil, 7 terminales portátiles LXE MX6, 10 cajas electrónicas de control para RFID, antenas de lectura RFID y 22 AP Cisco 802.11g. Todo perfectamente integrado con el SGA de García Baquero.

www.garciabaquero.com
www.alfaland.es



Conmasa triplica la productividad gracias a ET Systems.



La conocida empresa catalana distribuidora de equipos eléctricos y de calefacción, sanitarios y fontanería hace de la fuerte presencia en el territorio una de sus bazas. Sus clientes, en su mayoría instaladores que trabajan en la comarca del Maresme, al Norte de Barcelona, gozan de una excelente distribución de los productos gracias a una eficaz gestión de su almacén de 2000 metros cuadrados, donde se instalaron tres sistemas de carrouseles horizontales y uno vertical de ET Systems.

La empresa, con sede en Barcelona, tiene puntos de venta en las localidades de Premià de Dalt, Badalona, Pineda, Santa Coloma, Mataró y Barcelona. Estos se aprovisionan en el almacén de Vilassar de Dalt, un espacio de 2000 metros cuadrados y 9 metros de altura en que se manejan más de 10.000 referencias, todas de volúmenes muy diversos. Esta empresa familiar ha facturado unos 35 millones de euros y da trabajo a 115 personas.

Una vasta gama de productos, un horario comercial muy cómodo sus clientes y un servicio de entrega puerta a puerta son los puntos fuertes de Conmasa que dispone además de dos show-rooms equipados con todas las piezas necesarias para la instalación de un baño y también de un servicio técnico y de asesoría personalizado para cada cliente.

Una de las piezas fundamentales del servicio ofrecido por Conmasa es la gestión del almacén, que ha experimentado un notable cambio de marcha a partir de la contratación de los sistemas de almacenaje horizontales y verticales de ET Systems. La solución ha sido instalar 3 carrouseles horizontales Megacell y un Megalift vertical, además del software que controla los pedidos.

www.conmasa.es
www.etsystems.es

Media Markt prorroga en Portugal su acuerdo con Christian Salvesen.

El operador logístico ha renovado su contrato de logística y distribución con el centro de Aveiro (Portugal) de la cadena multinacional de grandes superficies de electrónica de consumo, Media Markt.

Los servicios que presta el operador incluyen la externalización logística de la línea blanca y productos de gran volumen del cliente en las modernas y equipadas instalaciones de Christian Salvesen en Aveiro, así como el control de inventarios y la reposición diaria de stock al establecimiento de Media Markt de esta localidad. También se realizan transportes puntuales entre las distintas tiendas que el distribuidor tiene en Benfica, Sintra y Braga. Esto supone una media de 1.600 bultos almacenados con 275 referencias activas y un movimiento de cerca de 500 palets al mes.



www.salvesen.com

Novedoso sistema de atornillador múltiple de par controlado.

La empresa vasca Sociedad General de Importaciones Galea, S.L. ha desarrollado con tecnología Plarad un nuevo sistema de atornillador eléctrico doble para necesidades de apriete específicas. El producto ha sido el resultado del desarrollo a medida para la compañía Guascor, dedicada al diseño y construcción de motores para plantas de generación y cogeneración de energía, entre otras áreas de actividad, pero se incorpora a la oferta de Galea dentro de su especialidad de tecnología de apriete controlado.

El instrumento permite efectuar dos aprietes paralelos gracias al acoplamiento de unos caballetes de diseño especial. Aunque se han mantenido los pulsadores independientes para cada atornillador, en realidad se trata de un aparato de sincronización automática, que además permite trabajar con distintos ángulos. También es reversible, con lo que la rotación puede realizarse tanto hacia la derecha como hacia la izquierda. Existe una versión con cambio automático de velocidades y otra con cambio manual, pero en ambas se incluye el sistema de seguridad del mango giratorio de 360º. Éste es independiente de la parte mecánica del atornillador para que el operario que maneje el atornillador no sufra el denominado "golpe de muñeca". Galea suministra con cada herramienta una tabla de capacidad comprobada con una junta estándar ISO 5393 que permite el ajuste adecuado a cada trabajo.



www.galea.es

Sólida colaboración de IXnet y AND Soft.



Ambas compañías presentaron el funcionamiento de sus respectivas soluciones para el sector logístico español. Por un lado, "Gestpark", software diseñado para la gestión global de campas en terminales portuarias, fábricas, etc. Y por otro, "As Trans", software de gestión de transporte destinado a empresas de transporte y logístico de cualquier tamaño y volumen de servicio.

El director comercial de Ixnet, Víctor Vilas (de pie) y el director general de And Soft, Stephan Berteil (frente al ordenador), fueron los encargados de explicar las ventajas competitivas de invertir en tecnología para las pequeñas y medianas empresas de transporte y logística.

El programa "Gestpark" de Ixnet acumula 7 años de experiencia y gestiona, en campas, 1 millón de m2, con 50.000 vehículos stockados al día. En terminales portuarias gestiona 750.000 vehículos al año. "Gestpark" ha sido implantado, por ejemplo, en las campas de las siguientes firmas: Acciona Transmediterránea (Terminal portuaria), Setram, Orange, Stockauto y Trive España. AND SOFT cuenta con 10 años de historia ofreciendo soluciones de gestión a 250 empresas de transporte y logística de siete países: Andorra, Bélgica, Francia, Suiza, Colombina, Venezuela y España (25 compañías).

www.ixnet.es
www.and-soft.com

Solución BitRutas de Bitmakers para APC S.A.

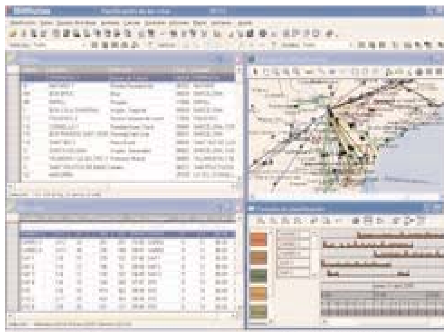
La empresa Almacenes de Productos Congelados S.A. (APC), del grupo DRS y el principal almacén a nivel nacional de la marca Frigo, ha contratado a Bitmakers para implantar su sistema BitRutas para optimizar y agilizar la planificación de sus rutas de largo y corto recorrido.

APC ha reducido así sus costes operativos. Si antes tardaba casi 2 horas diarias en planificar sus rutas, ahora realiza todo el proceso de asignación optimizada de repartos en sólo 30 minutos. También consigue ahorros de entre el 3 y 5% en distancia recorrida según el día e incluso del 5% en el número de vehículos según el volumen de distribución.

Las rutas de largo recorrido las realizan dependiendo de la época del año entre 15-25 vehículos, que salen de su almacén central de Palau de Plegamans (Barcelona) y surten de stock al resto de almacenes de los distribuidores de Frigo y sus principales clientes por toda España. Las rutas de corto recorrido las realizan entre 6 y 10 vehículos de menor tonelaje que reparten a los centros cercanos.

Bitmakers ha desarrollado para APC una funcionalidad exclusiva que permite extraer de la cartografía incluida en BitRutas las distancias relativas entre sus 250 clientes para luego enviarlos a su ERP SAP y poder facturar a los transportistas según las distancias recorridas.

www.bitmakers.com



Grup Maritim TCB prosigue su expansión internacional.

Terminal de Contenidors de Barcelona (TCB), principal operador marítimo español en terminales portuarias, ha firmado un préstamo de 118,5 millones de euros y una línea de avales de 6,1 millones con el objetivo de ampliar la terminal que tiene en el Muelle Sur del Puerto de Barcelona. De este modo, la compañía prevé incrementar su instalación hasta lograr una superficie de 87 hectáreas y aumentar la capacidad de la terminal a 2,2 millones de TEUS. El crédito ha sido otorgado por un sindicato de bancos cuyo agente es BNP Paribas y del que forman parte Banesto, Banco Sabadell y Société Générale, además de BNP Paribas.

Con esta operación Grup Marítim TCB (GMTCB), empresa matriz de Terminal de Contenedores de Barcelona, demuestra que se halla inmerso en un gran proceso de expansión, ya que, además, tiene en fase de estudio o adjudicación cuatro nuevos proyectos, tres en países del mediterráneo y uno en Latinoamérica. De entre todos ellos destaca el del puerto de Rades en Túnez, donde GMTCB está pendiente de la decisión final de las Autoridades, después de superar las distintas etapas técnicas y económicas.

www.gruptcb.com



SATO anuncia el establecimiento de su Knowledge and Intellectual Institute en Tokio.



Está previsto que la nueva empresa empiece a funcionar el día 2 de abril de 2007. La principal misión será desarrollar y administrar la propiedad intelectual de SATO, incluyendo el know-how de la compañía como por ejemplo su singular modelo empresarial y los dominios de técnicas tales como marketing, operaciones, gestión financiera y otros conocimientos inestimables. El objetivo es incrementar el valor corporativo del Grupo SATO. También fomentará la cooperación y mejorará la transferencia de conocimientos entre las empresas del grupo.

La nueva empresa, dirigida por el presidente y director general (COO) Masanori Otsuka, se constituirá como filial 100% propiedad de SATO Corporation.

www.satoeurope.com

mercadoindustrial.biz
punto de encuentro de la industria

Actualidad

México, país invitado del SIL 2007

Los Estados Unidos Mexicanos, con 104 millones de habitantes y con la renta per cápita más elevada de Latinoamérica, conforman un mercado emergente y poderoso. Toda una oportunidad para las más de dos mil doscientas empresas españolas que allí se han instalado.

La presencia de México en la 9ª edición del SIL ayudará a fortalecer y desarrollar los vínculos comerciales con la región en el gran pabellón que se montará en el Salón Internacional de la Logística y de la Manutención 2007. Conjuntamente con la representación institucional del gobierno federal, está confirmada la participación de los estados de Tamaulipas, Yucatán y Sinaloa. Además, también han anunciado su presencia diversas empresas del resto de Estados de la República Mexicana.

www.silbcn.com



México es todo un referente de la logística. Con miles de kilómetros de costa en los dos grandes océanos (Pacífico y Atlántico), muy cerca geográficamente de las dos bocas del canal de Panamá, sus puertos son la vía de entrada de mercancías provenientes de Europa y de Asia en su camino hacia el mercado norteamericano.

Durante el primer semestre de 2006, el volumen de inversión de las 2.247 compañías nacionales en territorio mexicano fue de 6.942 millones de dólares (5.275 millones de euros). Las empresas más importantes de nuestro país llevan ya mucho tiempo instaladas allí. Es el caso, entre otras, del BBVA, Banco Santander, Grupo Inditex, Telefónica o Sol Melià. Las relaciones entre las economías española y mexicana tienen un marcado carácter de reciprocidad. Los grandes conglomerados empresariales aztecas hace años que han creado filiales en España. Es el caso de Cementos Mexicanos (CEMEX), Grupo Modelo, IMSA, Vitro Cristalglass, DESC o Grupo Hotelero Posadas.

México es uno de los principales países exportadores de materia prima y manufactura a nivel internacional. Su actividad económica está en gran medida fusionada con la de los Estados Unidos de América, los cuales consumen más del 85% de las exportaciones mexicanas. El PIB creció más del 4% en 2004, y más del 3% en 2005, mientras que la tasa de paro es apenas del 4%.

Desde mediados de la década de los años 80 el país se ha inclinado por un modelo económico neoliberal con un fuerte afán en la apertura a otros mercados, hecho que lo ha convertido en el líder mundial en acuerdos de libre comercio, habiendo firmado convenios de este tipo con 40 países en 12 tratados distintos. Su asociación comercial principal está en el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN o NAFTA), integrado por Estados Unidos, Canadá y México. Igualmente cuenta con tratados de libre comercio con la Unión Europea, Israel, Noruega, Islandia, Liechtenstein, Suiza, Japón y algunos países de Latinoamérica, y es socio observador y futuro miembro asociado del Mercosur.

Modelos de planificación forestal orientados a la producción y logística.

Por Fernando del Pozo, director de INEA



La planificación forestal se caracteriza por la necesidad de tomar decisiones que deben tener en cuenta tanto el nivel de mando en el que se efectúan como la importancia intrínseca de la decisión, así como el plazo en el que se debe tomar. En base a ello existen tres niveles de planificación: el estratégico, el táctico y el operativo.

La Planificación Estratégica, destinada a tomar decisiones más eficientes, donde lo que se busca es realizar un análisis DAFO de la empresa así como de las oportunidades que da el mercado a futuro, siempre atendiendo a una planificación a largo plazo. Dentro de las decisiones en este nivel se encuentra la fijación de políticas globales de explotación forestal y adquisición de recursos, en función del estado del patrimonio, de las demandas proyectadas para los diferentes bienes y servicios del bosque, y de las condiciones técnico-legales que regulan su utilización. Su objetivo es definir un esquema de producción indicativo en función del estado del patrimonio forestal de la empresa y de las demandas proyectadas para los diferentes mercados.

La Planificación Táctica, por su parte, establece en base a lo definido en el nivel estratégico, un esquema de aprovechamiento del recurso forestal que permita evaluar, con mayor precisión, las actividades e inversiones requeridas y con ello gestionar la empresa en concordancia con los objetivos de largo plazo.

La Planificación Operativa establece la programación detallada de las actividades que se ejecutarán en el corto plazo con el fin de cumplir con los requerimientos de los clientes y con las restricciones ambientales y técnicas, de la manera más eficiente posible.

En el ámbito forestal y en el marco internacional, la planificación estratégica no cuenta con muchas herramientas que permitan tomar decisiones de producción y de abastecimiento de plantas industriales, situación bastante distinta para la planificación táctica y operativa, donde una gran cantidad de modelos apoyan las decisiones de producción, transporte y caminos forestales. Lo que se necesita es integrar, a la planificación estratégica, las decisiones de producción forestal con las de localización de instalaciones o plantas industriales.



"El número de instalaciones, así como el tamaño de cada una de ellas, depende generalmente del equilibrio entre servicio y costos".

La logística en la industria forestal.

Analizando los aspectos logísticos en cualquier empresa es fácil identificar que lo que más preocupa y constituyen los aspectos clave a solucionar son la localización de las plantas y el proceso de distribución de la carga.

La logística se puede definir como el proceso de conducir estratégicamente el movimiento y almacenamiento de materiales, partes, y productos finales, desde las fuentes que abastecen a la planta industrial y desde ésta hacia los clientes. La logística incluye las actividades propias de localizar las instalaciones, llevar el control de los inventarios, sistemas de información, y, sobre todo, el control del transporte desde las localizaciones de la materia prima hasta la planta y de la planta hasta el lugar de consumo.

Existen dos lugares importantes en toda explotación forestal. La primera es la identificación del bosque, donde se encuentra la materia prima para la fabricación de los distintos productos. El segundo se refiere a la planta productiva que elabora los productos terminados en función de las demandas reales y/o proyectadas.

El objetivo es localizar las instalaciones para minimizar el costo total de transporte entre las plantas y los clientes.

La localización de las plantas y la Planificación Estratégica.

Saber localizar las plantas cercanas a las fuentes donde obtener madera y cercanas a los puntos productivos y de consumo es un aspecto estratégico

y clave para cumplir con el objetivo social y/o económico fijado por la empresa o institución.

Para ello las preguntas que deben responderse son:

¿Cuántas instalaciones se han de construir, dónde se van a ubicar y qué tamaño deben tener.

¿Qué cuota de demanda tendrá asignada a cada una de las instalaciones?

¿Cuál es la rentabilidad que puedo obtener de cada instalación?

¿Qué inversiones temporales tendré que hacer y en qué instalaciones?

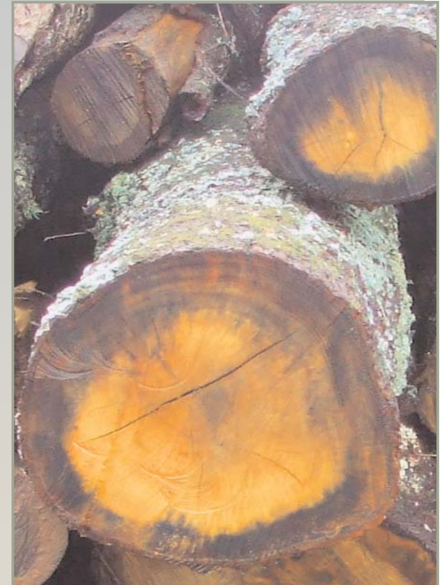
El número de instalaciones, así como el tamaño de cada una de ellas, depende generalmente del equilibrio entre servicio y costos. En muchos casos, la calidad del servicio mejora a medida que aumenta el número de instalaciones, pero aumenta el costo de proveer el servicio. En general, frente a la interrogante de dónde localizar una instalación dada, la mayoría de los autores coincide en que son los costos de transporte (actuales y futuros) los más influyentes en la decisión final.

www.inea.es

Fernando del Pozo fundó en el 2000 la firma INEA (Inversiones y Negocios Europa-América S.L.) y posee una experiencia profesional fundamentada en diez años de trabajo intenso con el continente americano. La compañía ofrece asesoramiento a las empresas americanas que quieran entrar en Europa así como a las empresas españolas con intereses en los mercados americanos. Cuenta con oficinas en España, Argentina, Perú, El Salvador y Guatemala, donde ofrecen apoyo a organismos de promoción exterior locales, formación en negocios, asesoría en negocios internacionales y comercialización de productos.



La madera es un material sumamente anisótropo (presenta propiedades variables según la dirección en que se mida), cuya calidad en cuanto a resistencia y apariencia depende de la presencia de defectos (fendas, nudos, huecos, grietas, biodegradación). El precio de la madera está directamente vinculado a sus defectos. Como referencia, el precio de una partida de madera noble de buena calidad puede ser mil veces superior a una partida de mala calidad. A menudo los defectos no son visibles ni en el árbol en pie, ni en la madera en rollo ni en la aserrada, más aún, la apariencia externa de un tronco apenas guarda relación, salvo excepciones, con la calidad de la madera aserrada.



Los principales enemigos de la madera son los hongos que pudren la madera y los insectos xilófagos. Estos últimos son capaces de causar importantes daños en la madera por las galerías que forman. Los insectos no producen graves daños de forma individual, sólo cuando se convierten en plaga. Los insectos xilófagos se pueden dividir en aquellos que tienen un ciclo biológico larvario y en aquellos cuya organización es altamente especializada, es decir los llamados insectos sociales. Entre los primeros tenemos a los que pertenecen al orden de los coleópteros (carcomas o gorgojos de la madera) y en el segundo grupo las termitas cuyo poder destructivo es elevado. Hay unas 150 especies de las 2.800 que existen que están consideradas como muy agresivas y dañinas para la madera. Tres de estas especies son frecuentes en España.

Para evitar problemas, la primera y fundamental medida es la elección de la madera más adecuada a la función que va a desarrollar, puesto que tienen diferentes resistencias y durabilidades. El carácter biodegradable d la madera como material orgánico hace necesario su tratamiento de protección frente a agentes xilófagos (hongos e insectos) tanto de forma preventiva (antes de su utilización) como curativa (puesta en obra). Afortunadamente, la industria química ha creado un amplio abanico de productos para proteger y reparar los diferentes tipos madera con garantías suficientes.

Buena salud de las ferias españolas.

En el tiempo que ha transcurrido desde la publicación del número anterior hemos asistido a una serie de eventos que nos han permitido ver que las ferias españolas gozan de buena salud y que la actividad comercial en ellas sigue, aunque de forma moderada.

Así, hemos asistido con la revista a **Cevisama, Graphispag, Globalgeo, Ecocity y Ferroforma-Bricoforma.**

Cevisama es la feria por excelencia de la cerámica. Organizada por la Feria de Valencia, reúne año tras año a un sector puntero en inversiones, tecnología, diseño y verdadero arte. Los datos de la organización arrojan un saldo total de 97.407 visitantes, de los que un total de 12.759 provenían de otros países. Esta cifra señala que aumentan los compradores de todas las procedencias, pero especialmente de Oriente Próximo, Asia y Europa y, en menor medida, de África y América, pero en cualquier caso, siempre por encima del 10%. Los países asistentes ascendieron a 147. Es, y será por mucho tiempo, una cita ineludible.



Cambiando de tercio, Graphispag ha cumplido con sus objetivos. Esta feria cuatrienal que organizan Fira de Barcelona y la Asociación Graphispack ha cerrado su edición con unos resultados positivos: más de 55.000 visitantes, según la organización, han pasado por esta feria de la comunicación gráfica, 1.445 empresas representadas en 472 stands de 41 países y 42.754 m2 de superficie de exposición. Las jornadas técnicas y las actividades paralelas congregaron a más de 2.000 personas. La próxima cita en el 2011. Merece la pena observar la frenética evolución tecnológica de la industria gráfica que abarca desde la innovación en los programas de diseño hasta la maquinaria especializada en las múltiples necesidades de reproducción, tanto en papel como en otros soportes.



Más pequeña, pero no menos interesante, fue la tercera edición de Globalgeo, evento de alta tecnología que anualmente reúne en Barcelona a lo más granado de la tecnología de localización y la información geográfica. Allí se presentaron los últimos avances en Geomática y Geotelemática de la mano de la comunidad científica y la empresa privada. La cifra de asistentes a las jornadas, entre las que destacó la conferencia del astronauta español Pedro Duque, fue de más de 300 expertos de 27 países, cantidad elevada para un sector tan especializado.



También quisimos medir la actividad del sector del reciclaje en una excelente oportunidad como el salón Ecocity. Organizado como los anteriores eventos, por Fira de Barcelona, ha recibido a más de 11.000 visitantes profesionales, según informan, y ha contado con la presencia de 200 expositores. El sector está en auge y promete un crecimiento acelerado en los próximos años. En sus jornadas técnicas se inscribieron 1.150 personas, lo que demuestra el interés por este sector.



No hemos podido evitar una visita fundamental en Bilbao: Ferroforma-Bricoforma, el evento promovido por la Feria de Bilbao en las impresionantes instalaciones del BEC. Allí vimos una oferta completa, equilibrada e internacional, en la que el suministro industrial, la herramienta eléctrica, la maquinaria y los productos del hogar compartieron protagonismo. Más de 1.200 empresas expositoras de 28 países repartidas en 927 stands acredita la capacidad de convocatoria entre los agentes del sector y su dimensión como cita europea de referencia. Volveremos, seguro...



El Grupo Geodis aumentó por tercer año consecutivo su facturación.

El grupo francés, especializado en la prestación de servicios de logística y distribución, ha alcanzado una facturación consolidada de 3.784,8 millones de euros en 2006, lo que representa un crecimiento del 5,3% respecto al ejercicio anterior.

El resultado operacional del Grupo Geodis en 2006 ascendió a 24,6%, hasta alcanzar los 106,4 millones de euros, lo que supone un 2,8% de la facturación. Por lo que respecta al beneficio antes de impuestos alcanzó los 90,3 millones de euros, un 25,3% más que el ejercicio anterior, donde este beneficio fue de 72,1 millones de euros. Para los accionistas, el resultado neto creció en un 50,3% hasta los 48,4 millones de euros. Así, es el tercer año consecutivo que el Grupo Geodis alcanza crecimientos superiores al 5%.

Estos resultados son consecuencia en primer lugar de la fortaleza de las actividades del Grupo Geodis en Francia, así como del crecimiento sostenido que se ha venido produciendo en países como Alemania y zonas estratégicas para las actividades de la compañía como Europa del Este y Asia.

La filial española, por su parte, durante el pasado ejercicio alcanzó una facturación de 128 millones de euros, lo que ha supuesto un incremento del 9% respecto a 2005. Geodis Iberia ha mantenido su política de fortalecimiento de sus infraestructuras, la potenciación de sus actividades logísticas, dentro de la oferta global de servicios, así como el incremento de sus actividades de transporte internacional, especialmente marítimo y aéreo, tras la integración de Ibercóndor.

Por otra parte, el Grupo Geodis ha desarrollado un plan estratégico diseñado para un periodo de tres años (2007-2009) con el objetivo de alcanzar mayores rentabilidades, aumentar la cifra de negocio hasta en un 40%. El este plan se fundamenta su estrategia basada principalmente en tres aspectos: mantener la posición de liderazgo del Grupo en servicios de distribución en Francia, así como fortalecer estas actividades en el resto de Europa; ampliar la oferta de servicios de alta calidad para el mercado logístico; y finalizar con éxito la integración con TNT Freight Management (TFM), potenciando además las actividades de freight forwarding y los proyectos industriales.



www.geodis.es

Nice Spa optimiza su inventario con Toolsgroup.

La compañía multinacional Nice Spa, empresa líder en el sector de la domótica y automatismos para la casa que cotiza en el segmento STAR de la Bolsa Italiana, ha firmado un acuerdo de colaboración con ToolsGroup para optimizar su inventario en su proceso de distribución de sus productos a nivel mundial.



Nice Spa desempeña su actividad en el área de la automatización y de domótica. Nice proyecta, fabrica y comercializa sistemas para la automatización de cancelas, puertas de parking, barras de seguridad, cortinas, cortinas solares para edificios residenciales, comerciales e industriales. En concreto los productos de Nice se caracterizan por conjugar la innovación tecnológica, el diseño y la ergonomía. Con una facturación de 150 Millones de Euros en el 2006, Nice exporta sus productos a más de 100 países, suponiendo la exportación más del 80% de su facturación.

www.niceforyou.com
www.toolsgroup.com

Crucigrama

Horizontales:
1) Persona que escribe obras en prosa. 2) Llanas. La más sagrada de las sílabas en el Hinduismo. 3) Junten. Prefijo que indica "delante de". 4) Radio de una circunferencia. Ambicionen. 5) Abrasan. Partiré. 6) Lirio. Dos o más. 7) Existe. Canto o baile popular canario. Símbolo químico del Tritio. 8) Ciudad de la provincia de Guadalajara y capital de la comarca de la Serranía.

Verticales:
1) Diversos, múltiples. 2) La vía fluvial más utilizada de la Unión Europea. Legendaria emperatriz de Austria. 3) Atrevidas. Séptima letra del alfabeto. 4) Curen. Abreviatura de una destacada coalición política española. 5) Al revés, afirmación. Símbolo químico del azufre. Emplee. 6) Sur. Rastrean. 7) Matador. Última letra del alfabeto. 8) Llama al orden.

	1	2	3	4	5	6	7	8
1								
2						■		
3					■			
4		■						
5					■			
6				■				
7			■				■	
8								

Solución al crucigrama del número anterior

	1	2	3	4	5	6	7	8
1	A	P	A	R	A	D	O	R
2	D	E	B	I	L	I	T	E
3	A	R	A	S	■	G	E	O
4	G	■	B	A	R	I	O	■
5	I	E	■	S	E	T	■	L
6	O	S	E	■	S	O	S	O
7	■	A	S	E	O	■	E	R
8	I	M	A	N	T	A	D	O

Edita: Netchallenge Consulting S.L.
C/ Sant Antoni Maria Claret, 183, At.3ª 08041 Barcelona **Tel** 935019568
Director Editor: Lino Hernández **Director Técnico**: Carmelo Pérez
Coordinación: Rodrigo Soler
Redacción y Administración: info@mercadoindustrial.biz
Publicidad: publicidad@mercadoindustrial.biz

Dep. Legal. B-20885-2006 **ISSN** 1886-2330
Difusión internet:
2.000 avisos de descarga.